

令和2年度
つたえる、感じる、つながる
森林×SDGsプロジェクト

森林環境教育イノベーション調査報告(案)

2020年12月

株式会社 かいほつマネジメント・コンサルティング
一般社団法人 森と未来

内容

0. 「環境」「体験」の使い分けについて
1. 調査方針に基づく結果の整理
2. 結果の分析ととりまとめの進捗
3. 報告書で重点的に議論を進める点

「環境」「体験」の使い分け

- 「森林体験教育」: 自分で考え、自分で判断して行動する、仲間を思いやる、チームビルディング
- 「森林環境教育」: 森林環境について考える

多くの無関心層を森に来させる**イノベーション**となりうるのは、「**体験**」。調査したすべてのアクターが「体験」を重視。「体験」のみにこだわり、「森林」や「教育」にはこだわりのないアクターも。

イノベーションのために推進すべきは「森林**体験**教育」であることから、「森林体験教育」に記述を統一したい。

1. 調査方針に基づく結果の整理



全体調査方針と実施状況

5

1. 現行森林体験教育サービスの「内容と質」の検証。

- 森のようちえんや研修の顧客に対するアンケート、旅行代理店やポータルサイトに対する聞き取り。
- 事業者が意識する競合／代替の聞き取り。顧客にとっての森林体験教育サービスの位置づけを検証。
- 幼児から成人までを対象とする多様なサービスを調査。体験の積み上げの重要性や森林体験が減少する中高生年代に対する方策も聞き取り。
- 森林体験教育の優位性を検証する文献を確認。

2. 潜在需要に対応する新しい教育や研修サービスのフィージビリティの検証。

- 多彩な取り組みを行う30アクターから意見聴取。
- 森の学童保育、ワデュケーションサービス、丸投げ対応などのフィージビリティに関して聞き取り。



全体調査方針と実施状況

3. 先進的な事業・試みの発掘。

- － 類型ごとにプロセスとアクターの役割を分析。
- － ライト層を積極的に巻き込んでいる事業者に、アプローチの仕方を聞き取り。
- － 移住者と地元の方の間の関係を事業者に対する聞き取りと移住者へのアンケートから検証。

4. 地域レベルで思いを持った人を発掘し、寄り添い、人と人をつなげていくプロセスを検証。

- － 人と人をつなげる場づくり事例の収集。
- － 地域おこし協力隊や集落支援員、先輩移住者、自然学校、林務担当者など核となる人々の分析。
- － 教育立村、育児・教育で人を呼び込むプロセス。

インタビュー

団体カテゴリー	インタビュー数
森のようちえん	3
森の学童保育	1
青少年森林体験教育実施機関	8
サマーキャンプ実施業者	3
研修実施業者	3
先進的地方自治体	2
地域のステークホルダー	3
旅行代理店	1
ポータルサイト	2
学校教員	3
先進的教育機関	1
合計	30

顧客アンケート

対象者

調査結果概要

森のようち えん利用 保護者

民営園と(n=6)と公営園(n=11)でアンケートを実施。
認知のきっかけは園のホームページや移住支援サイト、自治体移住支援
窓口、口コミ、雑誌。
利用者は森でののびのびとした育児と園のサービスにおおむね満足し、
多くの移住者を惹きつけている。
保護者の価格感受性が高く、コストに見合う費用の徴収は簡単でない。

サマーキャ ンプ利用者

業者の多忙のため協力がいただけなかった。公立校の社会学習部とし
て体験教育を提供している業者が学校の担当者に対してアンケートを実
施(n=2)。

森林研修 利用経営 者／企業 の担当者

1社にアンケートを依頼。利用企業(n=3)からの回答を得た。認知のきっ
かけは口コミとホームページ。森では自己受容・自己開示・他者理解が進
む。チームビルディングに繋がる、ビジネスの原点を見つめ返せると高い
評価。価格も納得されている。

文献調査

- 先進的事業者の取り組み。
- 学習指導要領や各種ガイドライン、関連法規等。
- 森林体験教育の優位性に関するエビデンス。
 - 自然体験教育を幼児期に受けた子は、運動能力や体力が高く、自然への理解が深い、望ましい生活習慣が身に付いているとその保護者が評価している(山本、平野、内田:2005)
 - 幼少期から中学生期までの体験が多い高校生ほど、思いやり、やる気、人間関係能力等の資質・能力が高い(国立青少年教育振興機構:2010)

1-1. 現行森林体験教育サービスの 「内容と質」の検証

顧客タイプ別ボトルネックの整理

顧客タイプ	利用サービス	想定されていたボトルネック	調査から浮かび上がったこと
1. 地方の子育て世代	「森のようちえん」「森の学童保育」	サービスが目にとまらない。期待するサービスがない。定員が少ない。費用が高い。	絶対数が少ない。 <u>少ない園児に多くの職員を当てる必要があるが、低賃金で人材を確保せねばならず、規模拡大も難しい。</u> <u>常設型の森の学童保育は稀有。</u> <u>「体験」と「学習補助・託児」にニーズは2極化。</u>
2. 大都市からの移住を 考える子育て世代	「森のようちえん」「森の学童保育」とこれらの短期お試しバージョン	サービスが目にとまらない。期待するサービスがない。短期対応がない。費用が高い。テレワークの環境がない。移住支援サービスの発信力が弱い、もしくは不十分。	短期対応はまだ一般的ではない。 <u>知人の存在と地域の方々との人間関係が移住決断の鍵。</u> <u>自由教育を打ち出した小学校も移住者を惹きつけている。</u>



<p>3. 準備担当者 学校の森林体験活動</p>	<p>森林版「森林体験活動」 される 教育施設などで提供</p>	<p>サービスが目に残らない。 プログラムがマンネリ化している。 プログラムの企画実施を施設側に丸投げできないため担当教員の負担が重い。 地域社会と連動した課題解決型のものなど子どもたちに「考えさせる」プログラムがない。</p>	<p>公立校の森林体験教育は前例踏襲型。 プログラムの丸投げ対応は可能な施設も。 授業枠の確保が難しく、前例踏襲でない新しい試みを始めにくい。 枠を確保できても煩雑なプロセスがある。</p>
<p>4. 自然体験をさせたいが多忙な子育て世代</p>	<p>サマーキャンプなど民間企業が提供する森林体験</p>	<p>民間企業主催のサマーキャンプという選択肢に気づいていない。 利用したいサービスが探せない。 期待するサービスがない。選択肢が不足している。 費用が高い。</p>	<p>小学校高学年以上になると塾や部活に自由時間を奪われ、子どもの森林体験が少なくなる。 マーケットは低年齢化。</p>
<p>5. 企業経営者／研修担当者</p>	<p>森林での研修サービス</p>	<p>森林で研修をするという選択肢に気づいていない。 利用したいサービスが探せない。 選択肢が不足している。 費用が高い。</p>	<p>供給不足。 森林で研修をするという<u>選択肢に気づいていない</u>。 「森林での研修」というワードで検索できない。 市場での認知が進み、供給量が伸びるのはこれから。</p>

対象年代別・サービス種別調査結果



森と未来
Future with Forest



KMC
Kaihatsu Management Consulting

森のようちえん

現状

- のびのびと自然の中で育児。利用者の満足度は高い。
- 移住者を惹きつけ、新しいコミュニティーが生まれている。
- 働く保護者のために長時間保育対応を行う園もあれば、母親の手に育児の喜びを取り戻す観点から保護者の保育参加を求める園も。

課題

- 需要は高いが、供給が追いついていない。
- コストを保育料に転嫁するのが難しく、経営状況は厳しい。
- 職員の待遇改善と人材確保が課題。拡大は容易でない。
- 認可外保育事業者としての無償化対応が有効。
- 一般園での体験活動強化も必要。園の近くの場所確保が鍵。

代替：普通の幼稚園や保育園。



森の学童保育/プレーパーク

現状

- 常設型は稀有。イベント型は広がっている。
- 「体験」と「学習補助・託児」ニーズに2極化。
- 地方の子もあまり外で遊んでいない。
- 森のようちえんからオルターナティブスクールが派生。

課題

- 認知されていない。
- 民間学童保育への公的補助がほとんどない。
- 公設学童保育は「小1の壁」への対応で精一杯。質は議論されず。人材の専門性も問われず、詰込み型。体験活動もほとんどない。

代替(子どもの居場所):公設の学童保育やスポーツクラブ、サッカースクールなどの習い事。



学校行事での森林体験

16

現状

- 林間学校などの単発イベントが中心。前例踏襲型。
- 教育旅行に森林体験プログラムを組み込む例も。
- 林業が盛んな自治体で、森林体験教育の実施事例。
- 子どもたちが主体的に関われるプログラムの需要が、私立校を中心に伸びている。
- 県レベルでの改革の試みも。

課題

- 教育課程上森林体験の枠が取れない。
- 林業が基幹産業でない自治体では必然性が薄い。
- 森林での教科学習実施は限定的。学校の立地に左右される。
- 高齢者ボランティアではファシリテーションが難しい。
- コロナ禍で体験教育の実施そのものが減少する傾向も。

代替：〇〇教育全般（枠の取り合い）



森と未来
Future with Forest



KMC
Kahatsu Management Consulting

ボランティア型森林体験イベント

現状

- 保護者がボランティア参加を嫌う。ボランティア運営型のキャンプは衰退傾向。
- 民間業者が従来保護者ボランティアが実施してきたキャンプを丸ごと引き受けるサービスを提供し、需要が伸びている。
- NGOによる森林での課外活動提供事例も。

課題

- 子どもの教育でのお金儲けはいけないという考え。
- 営利目的でない団体がつぶれている。一経営力強化が必要
- 高齢者中心のボランティアは上から子どもに教えがち。後継者問題も。

代替：購入型森林体験プログラム



業者によるサマーキャンプなど

現状

- ボランティア提供型から購買型へ。高年収世帯は非認知能力が子どもにとって必須と考え、体験をお金で買う。
- 自然学校のほか、スポーツクラブやサッカースクール、学習塾などがサマーキャンプを企画。
- ターゲットは小学4、5年生まで。対象の低年齢化が進む。
- 付加価値の高い活動か「そのままの自然」が売れ線。
- 自然学校が旅行業資格を取る時代。

課題

- 中高生をターゲットにした森林体験マーケットはほとんど存在しない。部活や勉強で忙しくなるため顧客ではなくなる。
- 体験は段階的な積み上げが必要。日常的な体験がないまま森に連れていっても、焚火の前でするのはゲームの話。

競合：学校休み期間中の習い事や塾の夏期講習。



森林での社員研修

19

現状

- チームビルディングに重きを置くものから、社員によるCSR活動を兼ねたもの、経営陣を対象とした事業の原点・根幹を見つめなおすリトリート、キャンピングオフィスまで多様。
- 森では自己受容、自己開示、他者理解が進み、チームビルディングに繋がり、ビジネスの原点をじっくり見つめ返せると利用者の評価は高い。需要は拡大傾向。
- 中間業者による販売は、規模の大きい森林研修実施業者に限られる。社員旅行の代わりに社員キャンプを提案する形。

課題

- まだ供給が限られている。
- 一般の研修市場で広く認知されているわけではない。

競合(同業者は増えた方がよい):都市での研修、社員旅行、ダイアログ・イン・ザ・ダーク、断食道場、瞑想ワークショップ。



1-2. 潜在需要に対応する新しい教育 や研修サービスのフィージビリティの 検証

新規サービスのフィージビリティ

サービス内容	調査結果
短期対応の森のようちえん	短期対応園はまだない。一度園を視察して納得すれば入園を決める方が多く、お試しはあまり必要ないという意見も。
森の学童保育 プレーパーク	公営施設の受託管理者などが <u>定期プログラム</u> を実施。じわじわと人気が出てきている。参入は新規事業実施へのモチベーションと施設の利用状況に左右される。 <u>不定期イベントは増加傾向</u> 。
森林教育施設 のワデュケー ション拠点化	公営施設の指定管理者が、民間のノウハウでサービス改革中。適切な建物さえあれば、担当自治体と協議の上、 <u>サービスを開始することは十分可能</u> 。ビジネスモデルは要検討。
サテライト オフィス	地域のサテライトオフィスが移住希望者と先輩移住者の交流の場に。情報漏洩のリスクなどから、自宅にテレワーク環境を整えようという方が多い。高速インターネット通信網が整備された自治体も。各自が所属する会社側の移住に対する理解の方がむしろ課題。



1-3. 先進的な事業・試みの発掘

ライト層や無関心層の惹きつけ

- ラフティングや乗馬、英語でキャンプ、ユーチューバーキャンプ、宇宙キャンプ、一から塩ラーメン作りキャンプ。
- 手ぶらで社員キャンプ／研修。キャンピングオフィスで新しい働き方を提案。
- 街寄りの人を対象に「森感」を出さずに森で行う試み：ヨガや演劇、星空観察会、ピアノ演奏会、プレイパーク、木材工作。
- ライト層が主催するイベントを森で実施する支援。
- 森林教育施設で待ち合わせや打合せ、ベビーカーで来られる親子を引きつけ森の児童館化。



教員・保育士のためのおぜん立て

- 教育委員会や学校長を巻き込んだ県レベルでの改革を自然学校が主導。現場教師が行う講師探し、授業案策定、承認取り、予算確保などの複雑なプロセスを軽減。また木を使って算数、英語で森を学ぶなど、市街地の学校を想定し、木が1本あればできるプログラムも含めた教科教育での授業案を提案。(福島県)。
- コミュニティースクールで「1からカレー作り」。
- 幼稚園・学校近辺での「森」の確保を森林教育施設が支援。
- 教員・保育士・大学生を対象とした森林体験教育研修。

地域一丸となった取り組み

- 村内の多様な大人がつながって村内の子どもたちに体験活動を提供。山村留学、サマーキャンプが連動した教育立村の動き。
- 森林NPOや自治体の林務課・森林組合が中心となった幼小中高一貫森林体験教育の動き。
- 森のようちえんを中心とした体験教育・子育てコミュニティ創出と移住振興の動き。

1-4. 地域レベルで思いを持った人を
発掘し、寄り添い、人と人をつなげ
ていくプロセスの検証

子どもの発達段階に応じた 森林体験教育を可能にするしくみ

背景に森での体験活動を実施する強い動機付け:

- **自然学校主導型**: 雇用を創出し外部からも人を呼び込み**教育立村**の核に。自治体の地域振興政策にも直接関わる。森林教育施設の**指定管理者**としても改革実行。
- **森のようちえん主導型**: 移住者と地元の方がつながる子育てコミュニティを創出。小学校での自由教育も多くの移住者を惹きつけている。
- **林産業主導型**: NPOや森林組合、役場の林務課を核とした教育委員会・学校への働きかけ。**地元幼小中高**での一貫した森林体験教育や**都会の小中学生**に対する森林体験教育を実現。

2. 結果の分析ととりまとめの進捗

需要が増大／縮小しているサービス

需要が増大

体験型・創造型・高付加価値型

森のようちえん、
自由教育実施小学校、
森の学童保育イベント、
付加価値の高いキャンプ、
ありのままの自然体験、
キャンプ企画実施の請負、
子どもたちに主体的に森を見つめ考えさせる自然体験、
森での社員研修、
森でのエグゼクティブリトリート、
キャンピングオフィス、
キャンプ場等でのワーケーション。

需要が縮小

従来型・一方向・低コスト・ 保護者に負担がかかるもの

従来型自然体験（飯盒炊爨・
ウォーキング等）、
ボランティア運営型キャンプ、
長期キャンプ、
子どもたちに「教える」ネイチャーガイド。

需要の増大・縮小要因

需要増大要因

- 伸びやかな子育てや自由教育を求めている移住。
- 特別な体験が求められ、特別な体験にはお金も出しやすい。
- 手つかずの自然体験は新鮮。
- 手間とリスクを嫌ってサービスを購入。
- 体験活動でも学校を差別化。
- 新しい働き方を模索する企業が増え、森での研修を評価。
- 新鮮な環境で新鮮なアイデア。
- 有休中にリモートワークし、休み明けの業務増大を回避。

需要縮小要因

- 子どもたちは多忙な中で参加するキャンプに特別な刺激や体験を求める。
- 上から教えるようなガイドでは子どもたちが興味を持たない。心をつかんで主体的に考えさせるスキルが必要。
- 保護者も多忙。事故があればボランティアでも責任を問われ、割に合わない。託児ニーズも。
- 多忙で長期キャンプには参加しづらい。教育効果は高いため利用者の支持は高い。



子どもの発達段階や体験教育実施ステップに応じた課題³¹

【課題】

- 学校教育における森林体験教育がイベント的に限定されている。
- 学校外での森林体験は、小学校高学年以降空白期間になる。

需要側の要因(発達段階ごと)

- ・ 森林体験教育サービスの利用者は移住者が中心。地元住民は積極的でない。
- ・ 中学校、高校と学齢が上がるにつれ、部活や塾に放課後・土日が奪われる。
- ・ 大人が森での遊び方を知らないと、子どもに森林体験させるという発想にならない。
- ・ 子どもにも体験の積み上げが不足。

供給側の要因

- ・ カリキュラムの飽和、前例踏襲が取り組みの障害に。
- ・ 移動や安全対策が手間。里山が隣接しているなど、必然性がある。
- ・ アクティブラーニングとはいうが教員が子どもを信じていない。自由を与え、自分たちで考えさせることへの恐れ。
- ・ 教員や保育士にも自然体験が不足。若い世代になるほど顕著。動機付けも低い。



3. 報告書で重点的に 議論を進める点

重点的に議論を進める点

- ライト層、無関心層の森林体験を増やすための新しい森林体験教育サービスの紹介。
- 森林体験教育を振興するためにさまざまなアクターがつながるしくみ。
- 森林体験教育をさらに活性化するためにできること、すべきこと。
 - 各アクターの経営力や人材育成、広報の強化方策。
 - 長期的な視点で教育の本質を問い、体験教育を活性化するための方策。



ご清聴ありがとうございました



森と未来
Future with Forest



KMC
Kahatsu Management Consulting